

**PENERAPAN *INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION*
SOLO PARAGON *LIFESTYLE MALL* SURAKARTA**



**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi
Syarat-Syarat Untuk Mencapai Gelar Ahli Madya
Jurusan Manajemen Pemasaran**

Oleh :

**SALSABELA FAUZIAH AL KHUSNA
F3214068**

**PROGRAM STUDI DIPLOMA III
MANAJEMEN PEMASARAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS SEBELAS MARET
SURAKARTA
2017**

ABSTRAK
PENERAPAN *INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION*
SOLO PARAGON *LIFESTYLE MALL* SURAKARTA
SALSABELA FAUZIAH AL KHUSNA

F3214068

Perkembangan *Mall* semakin meningkat terutama di kawasan Solo. Banyak cara yang dilakukan oleh pengelola *Mall* untuk terus menunjukkan eksistensi ditengah masyarakat dan menarik minat masyarakat supaya berkunjung ke *Mall*. Kegiatan yang dilakukan adalah dengan menerapkan *Integrated Marketing Communication*.

Selama proses Magang, penulis ditempatkan di Divisi *Marketing Communication* Solo Paragon Lifestle Mall bagian *Public Relation*. Namun, penulis juga banyak diperbantukan untuk mengerjakan tugas bagian lain di divisi *Marketing Commnication* Solo Paragon *Lifestyle Mall*.

Berdasarkan hasil pengamatan selama Magang, penulis ingin mengetahui bagaimana penerapan *Integrated Marketing Communication* di Solo Paragon *Lifestyle Mall* dan menganalisis penerapan mana yang paling efektif dan berdampak positif bagi Solo Paragon *Lifestyle Mall*.

Pada penelitian ini menggunakan wawancara dan observasi sebagai instrumen penelitian. Metode penelitian yang digunakan adalah Analisis Deskriptif. Penulis mengambil objek pada Solo Paragon *Lifestyle Mall*. Wawancara dilakukan dengan Staff *Marketing Communication* Solo Paragon *Lifestyle Mall*.

Berdasarkan data yang didapatkan hasil bahwa penerapan *Integrated Marketing Communication* yang diterapkan oleh Solo Paragon *Lifestyle Mall* adalah periklanan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, penjualan perseorangan, pemasaran langsung, publisitas, *event marketing* dan *interactive marketing*. Dari beberapa penerapan tersebut, *event marketing* menjadi kegiatan yang paling efektif dan menjadi andalan Solo Paragon *Lifestyle Mall*. Dengan adanya Acara dapat meningkatkan pengunjung Solo Paragon *Lifestyle Mall* mencapai 42 .5 % dibandingkan saat tidak ada acara.

Kata kunci : *Integrated Marketing Communication*

ABSTRACT
IMPLEMENTATION OF INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION
SOLO PARAGON LIFESTYLE MALL SURAKARTA
SALSABELA FAUZIAH AL KHUSNA
F3214068

Mall development is increasing especially in Solo area. Many ways are done by the Mall manager to continue to show the existence in the community and attract people to visit the Mall. The activity is to implement Integrated Marketing Communication.

During the Internship process, the authors are placed in the Marketing Communication Division Solo Paragon Lifestyle Mall Public Relations section. However, the authors are also much assisted to work on the tasks of other divisions in Marketing Division Solo Paragon Lifestyle Mall.

Based on the observations made during the Internship, the writer wanted to know how the application of Integrated Marketing Communication at Solo Paragon Lifestyle Mall and analyze which application is the most effective and positive impact for Solo Paragon Lifestyle Mall.

In this research using interview and observation as research instrument. The research method used is Descriptive Analysis. The author takes the object on Solo Paragon Lifestyle Mall. Interview conducted with Marketing Communication Solo Solo Paragon Lifestyle Mall.

Based on the data obtained result that the implementation of Integrated Marketing Communication applied by Solo Paragon Lifestyle Mall is advertising, sales promotion, public relations, direct selling, direct marketing, publicity, event marketing and interactive marketing. From some of these applications, event marketing became the most effective activity and became the mainstay of Solo Paragon Lifestyle Mall. With the event can increase visitors Solo Paragon Lifestyle Mall reached 42.5% compared to when there is no event.

Keywords : Integrated Marketing Communication.

HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas Akhir dengan Judul :

**“PENERAPAN *INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION*
SOLO PARAGON LIFESTYLE MALL SURAKARTA”**

Surakarta, 8 Desember 2017

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing



Yeni Fajariyanti, S.E., M.Si.,

NIP.197401122000122004

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan Judul :

**“PENERAPAN *INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION*
SOLO PARAGON LIFESTYLE MALL SURAKARTA”**

Telah disahkan oleh Tim Penguji Tugas Akhir
Program Studi Diploma III Manajemen Pemasaran
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Sebelas Maret Surakarta

Surakarta, 8 Desember 2017

Penguji



Drs. Moh. Amien Gunadi, M.P.

NIP.195610231986011001

Pembimbing



Yeni Fajariyanti, S.E., M.Si.,

NIP.197401122000122004

Mengetahui,

Ketua Program Studi D3

Manajemen Pemasaran



Drs. Moh. Amien Gunadi, M.P.

NIP.195610231986011001

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret :

Nama : Salsabela Fauziah Al Khusna
NIM. : F3214068
Program Studi : D3 Manajemen Pemasaran
Judul Tugas Akhir (TA) : Penerapan *Integrated Marketing Communication* Solo Paragon Lifestyle Mall Surakarta

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa Tugas Akhir yang saya buat ini adalah benar-benar merupakan hasil karya sendiri dan bukan merupakan hasil jiplakan/salinan/sanduran dari karya orang lain.

Apabila ternyata dikemudian hari terbukti pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa penarikan Ijazah dan pencabutan gelar sarjananya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Surakarta,
Mahasiswa



Salsabela Fauziah Al Khusna

NIM. F3214068

MOTTO

“What we can Believe is what we can Achieve”

Sebuah target,
diawali dengan keyakinan yang kuat
dan diiringi dengan usaha dan doa.

PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirobbil ‘alamin.

Dengan penuh ucapan syukur saya mengucapkan terima kasih dengan mempersembahkan karya ini kepada :

1. Allah SWT dan Rasulullah Muhammad SAW.
2. Kedua Orang Tua yang selalu memberikan do’a, kasih sayang serta dukungannya.
3. Segenap jajaran Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan pengetahuan dan pembelajaran selama masa perkuliahan.
4. Seluruh teman-teman Program Studi D3 Manajemen Pemasaran yang telah kebersamai proses belajar selama 3 tahun ini.
5. Segenap Tim *Young On Top* baik di Pusat maupun di 21 kota di Indonesia, atas dukungan dan semangat yang telah diberikan
6. Segenap Tim *Wonderful Solo* yang selalu memberi semangat untuk fokus menyelesaikan Tugas Akhir dan tetap professional dalam bekerja.
7. Penghuni Kos Wisma Ratna yang selalu membantu saat suka maupun duka.
8. Teman-teman yang mengenal saya terimakasih
9. Yang terakhir terima kasih kepada almamater tercinta Universitas Sebelas Maret Surakarta.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil ‘alamin.

Puji Syukur penuli panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, karunia serta kemudahan-Nya sehingga Laporan Tugas Akhir dengan judul **Penerapan *Integrated Marketing Communication* Solo Paragon Lifestyle Mall Surakarta** dapat terselesaikan.

Tugas Akhir ini disusun untuk memenuhi syarat-syarat Mencapai Gelar Ahli Madya pada Program Diploma 3 Program Studi Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret.

Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak-pihak terkait yang sudah membantu penyusunan laporan tugas akhir ini:

1. Ibu Dr. Hunik Sri Runing Sawitri M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret Surakarta.
2. Bapak Drs. Moh. Amien Gunadi, MP selaku Ketua Program Diploma Tiga Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret Surakarta.
3. Ibu Yeni Fajariyanti, S.E., M.Si., selaku Dosen Pembimbing dalam penyusunan Tugas Akhir dan Pembimbing Magang.
4. Segenap Dosen Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret Surakarta yang tidak dapat disebutkan satu persatu.
5. Ibu Veronica Lahji selaku pembimbing magang di Solo Paragon *Lifestyle Mall*
6. Seluruh karyawan Solo Paragon *Lifesyle Mall* yang telah banyak memberikan masukan, bantuan, dan pengalaman selama proses magang.

7. Abi dan Umi saya tercinta yang selalu menasehati, membimbing dan mendukung segala sesuatu yang saya impikan.
8. Seluruh teman-teman D3 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret Surakarta Angkatan 2014 yang telah banyak membantu, memberikan dorongan dan masukannya.
9. Semua pihak yang sudah membantu terselesaikannya tugas akhir ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari sempurna karena keterbatasan yang dimiliki penulis. Meskipun demikian, semoga tugas akhir ini bermanfaat bagi penelitian yang lain dan bagi pembaca pada umumnya. Oleh sebab itu, penulis sangat mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun dari semua pihak untuk memberikan manfaat bagi penulis.

Surakarta,

Salsabela Fauziah Al Khusna

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN ABSTRAK.....	ii
HALAMAN <i>ABSTRACT</i>	iii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian.....	3
D. Manfaat Penelitian.....	4
E. Metode Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Teori Komunikasi.....	8
B. Teori Komunikasi Pemasaran	9
C. Teori Komunikasi Pemasaran Terpadu (IMC).....	10
BAB III PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Perusahaan.....	15
B. Laporan Magang Kerja	22
1. Pelaksanaan Kuliah Praktek Magang Kerja	22
2. Aktivitas Magang	22
C. Pembahasan Penelitian.....	22
1. Penerapan Integrated Marketing Communication.....	23
2. Penerapan <i>Integrated Marketing Communication</i> yang paling efektif dan menjadi andalan Solo Paragon <i>Lifestyle Mall</i>	29

BAB IV PENUTUP.....	32
A. Kesimpulan.....	32
B. Saran.....	32
DAFTAR PUSTAKA	34
LAMPIRAN.....	35

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
I.1 <i>Event</i> , Iklan dan <i>Press Release</i> beberapa mall di Solo Desember 2016.....	3
I.2 Desain Penelitian	7
II.1 Logo Sunindo Gapura Prima	15
III.2 Logo Solo Paragon Mall	16
III.3 Struktur Organisasi.....	19

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
III.1 Aktivitas Magang	22
III.2 Data Pengunjung Solo Paragon <i>Lifestyle Mall</i> setiap pekan pada Desember 2016.....	30
III.3 Data Pengunjung Solo Paragon <i>Lifestyle Mall</i> saat Kampoeng Santa berlangsung	31